



西凤酒代表团走进哈萨克斯坦

日前,继在俄罗斯首都莫斯科召开“中国(陕西)-俄罗斯经贸合作推介会”和圣彼得堡召开工商联推介会之后,西凤酒代表团一行随陕西省经贸团到达哈萨克斯坦首都阿斯塔纳举办合作推介会,中国名酒西凤酒一路香飘至哈萨克斯坦,受到了当地政商界的热列欢迎。

在推介会上,陕西西凤酒厂集团有限公司党委书记、董事长,股份公司总经理秦本平与阿斯塔纳工商联领导和嘉宾进行了热情的交流,详细介绍了西凤集团的发展情况,并就集团核心产品——53度旗舰西凤酒进行了说明和推介,他表示,酒在中国的礼仪文化中有尊重、热情、祝福和友谊等丰厚的人文表达,是交朋友、传达友谊的最好礼物和载体,早在2000多年前的汉代,西凤酒就作为国礼随丝路驼队出使西域,他希望借助此次推介活动充分展现中国民族品牌形象,推进中国民族企业的国际化步伐和影响力,进一步加强同哈方企业的文化和贸易交流,使吉祥如意、醇香甘冽的西凤酒走上哈萨克斯坦老百姓的餐桌。

对西凤酒给予了高度评价,认为西凤酒高雅不凡,愿意率领当地企业与西凤公司达成合作,在哈国建立销售网络,期待西凤酒能借助丝绸之路这条友谊之路走进哈萨克斯坦老百姓的生活。

无论是俄罗斯莫斯科、圣彼得堡的推介会,还是哈萨克斯坦阿斯塔纳的推介、业务洽谈会,代表团以博大精深的西凤酒文化向当地政商代表展示了中国白酒历史的匠心酿造之美,一次次的推介不仅提升了西凤酒海外知名度,也展示了中华传统文化的无穷魅力。(企宣)

东北三省白酒行业举办联席会暨健康论坛

■ 金峰

日前,由辽宁省白酒行业协会、黑龙江省酒业协会、吉林省酿酒协会主办,辽宁省白酒行业协会、金石滩酒业集团有限公司承办,辽宁三沟酒业有限责任公司、大连辽一酒厂、大连金石唐风国际温泉会馆协办的“第二十二届东北三省白酒企业联席会暨金石滩健康白酒论坛”在大连举办。

中国食品工业协会白酒专业委员会副会长马勇,国家食品质量监督检验中心副主任程劲松,辽宁省工业和信息化委轻工处处长谭绍鹏,中国著名白酒专家高月明,中国酒业协会白酒分会副理事长、著名白酒专家栗永清,辽宁省白酒工业协会名誉会长宋玉华,著名白酒专家王贵玉,黑龙江省酒业协会会长赵志昌,中国知名白酒专家张武举,中国首席品酒师高军,辽宁三沟酒业有限责任公司董事长吴京耕,金石滩酒业集团有限公司董事长王彦顺,大连金玛控股集团执行总裁刘云峰,中国知名白酒专家孙庆文,中国千商大会组委会办公室副主任杨永华,黑龙江省酒业协会常务副会长栗岩,吉林省酿酒协会秘书长张金玲,工业协会秘书长刘立新,东北三省重点白酒生产企业负责人、国内白酒经销商代表、国内白酒生产配套企业代表及新闻媒体记者200余人参加了本次论坛。

在“东北酒联席会暨健康论坛”上,王彦顺代表金玛集团及金石滩酒业集团有限公司致欢迎词,程劲松讲解了“白酒的食品安全与检测控制”。会上,马勇深度剖析了东北酒未来的发展空间及趋势;谭绍鹏代表政府主管部门讲敏感、谈想法;高月明做了“东北白酒三十年”专题报告;栗永清做了“健康白酒研发方向”专题报告;张武举分享了“浓香多粮型工艺在吉林生产应用的体会”;王贵玉则从酿制原料、风土人情、工艺传承、健康基因、法规标准等方面诠释着健康白酒的概念及内涵。

东北酒联席会暨健康论坛上,还进行了东北三省酒业发展“功勋”奖、东北三省酒业发展“贡献”奖、东北酒业“大酒庄”颁奖仪式。

■ 苗倩

近期,随着2018年上半年经济报告的出炉,沿着从高速增长向高质量发展转变的路子,酒业的结构得以调整,科技推动的作用得以强化,创新的引领作用越来越强。进入2018年以来,国产啤酒逐渐扭转了下滑的态势,实现了小幅稳步增长。根据国家统计局数据显示,2018年1~6月,中国规模以上啤酒企业累计产量2064.2万千升,同比增长1.2%。尤为需要注意的是,国产啤酒上半年销售额增长7.5%。

这与华润雪花、青岛啤酒、嘉士伯等上调部分主力产品的价格,践行产品结构调整、品牌优化升级的路线,专注于中高端产品、个性化产品打造不无关系。

终端市场消费结构加速生变

上半年,我国经济发展呈现稳中向好的态势,据国家统计局最新公布数据显示,2018年6月份,全国居民消费价格同比上涨1.9%。其中,居民的酒类消费价格环比上涨0.1%,同比上涨2.9%,上半年同比涨幅达3%。

有业内专家指出,今后一段时期,消费升级引导啤酒市场结构和产品结构转变的速度将会加快。

啤酒行业专家方刚更是表示,“中国啤酒的新拐点到来。这次拐点已经不是规模上的拐点,以份额争夺的跑马圈地已经不是主题,换成了向中高端集结的行业行动。从终端价格而言,3元~5元~8元的消费主流结构已经面临升级,5元~8元~10元的消费结构正在成型。”

如今,啤酒消费结构和价位区间已经发生了根本性的变化。记者在市场走访中发现,在一些商超堆头的抢眼位置,很少有3元/瓶~5元/瓶的啤酒,取而代之的多是10元以上的高端啤酒品牌。记者随机采访了部分消费者,家住北京市朝阳区的李先生表示,愿意尝试不同品种、不同口感的啤酒,“在北京这样的消费环境,年轻人愿意花一些钱享受更高品质的产品。”

世界杯期间,不少球迷在酒吧中约上三五好友,饮用价位相对较高的进口啤酒,有酒吧老板表示,“喝好一点”的健康消费观被越来越多的人所接受。对于啤酒消费而言,大家对高品质消费的意愿越来越强,多品种、多品

神农架生态酒业宴席营销玩出新高度

■ 沈莉

每年8月,都是升学宴最为火爆的时段,各酒企对宴席市场的争夺也进入了白热化阶段。传统的升学宴营销套路无非是:买酒送酒,买酒送箱包、送旅游、送电子产品等,只关心销售达成,缺乏消费者互动和体验。但这个8月,以“撒野神农架”为主题的神农架生态酒业有限公司,却在宴席营销上玩出了新高度。

以走进自然的方式传播神农架生态酒的生态内涵

湖北神农架因其原始的自然生态环境闻名,被誉为“物种多样性基因库”,优质生态环境国内罕见,神农架生态酒正是在这样的环境中孕育而生。“生态”不仅被定为该企业最核心的价值理念,也成为了消费者追捧品质。

本次“撒野神农架”以企业每月超400人次的,且持续开展多年的体验营销平台为基础,以今年的应届毕业生为活动对象,让他们走进神农架,与消费者互动,感受神农架品牌之独特,传播生态酒之美。

从神农架生态酒业有限公司官方了解到,“撒野神农架”活动内容丰富多彩,既有休

角力啤酒中高端 终将是少数人的游戏



牌的消费特色已经形成。”

“不放肆地喝啤酒必然会影响到销量,这也是为什么啤酒公司们不得不尝试着转变品牌形象,来应对消费者变化。”业内人士指出。

多品类产品组合满足多元化需求

再从全球啤酒市场来看,以百威英博为例,2018年1~6月,百威英博全球营收270.87亿美元,增长4.7%,营收的增长主要是受巴西、墨西哥、中国和西欧市场驱动,另外得益于大多数市场的高端化举措,今年上半年,坐拥精酿品牌等高端事业部营收增长超过了20%。

有经销商指出,虽然百威英博的市场操作流程和手法与青岛啤酒、雪花啤酒、燕京啤酒等基本一致,但其产品组合不断完善,在终端店中可以满足不同消费者的需求,前方兵力强劲,后方“弹药充足”,所以在中国市场的势头强劲。有数据指出,2018年上半年,百威英博中国市场营收增长5.7%,销量增长2.4%,每千升啤酒营收增长3.3%。

对于消费结构的变化,方刚更是指出,“消费的多元化、个性化也已经成型,靠单一品牌或大单品方式去应对这种变化已经失效。”

对此,青岛啤酒也在不断优化产品结构,提升高端产品占比。在终端市场,青岛啤酒持续推出以听装啤酒和精酿啤酒为代表的高附加值产品。另外,以今年一季度为例,奥古特、鸿运当头、经典1903和纯生等高端产品的市场表现良好,实现销量53万千升,同比增长

6.9%,占比提高1.4个百分点。

华润啤酒则与喜力集团签署了不具约束力的协议,喜力将通过品牌许可协议授权华润啤酒在国内市场长期使用喜力品牌。国海证券指出,喜力和华润啤酒的结合各有借船出海的目的,为的是争夺中国快速增长的高端啤酒市场空间。目前,华润雪花已推出中高端产品系列雪花脸谱、雪花黑啤、雪花纯生、勇闯天涯SuperX,据雪花方面表示,未来在高端啤酒领域将以喜力为主,此外还会上市2~3款主力高端产品。

“消费者更加注重啤酒的口感与品质,消费日趋个性化”已成为众多酒企的共识。研发新品,应对市场变化,则成为压力重重的区域酒企的必选项。

留给区域品牌的机会不多了

上半年,兰州黄河实现营收收入2.81亿元,同比下降14.9%;实现归属于上市公司股东的净利润为-3158.8万元,同比下降546.34%。分地区来看,兰州黄河上半年甘肃省内实现营收1.97亿元,同比下降13.95%;甘肃省外业务上半年实现营收6876.52万元,同比下降17.01%。

尽管从2017年下半年开始,兰州黄河进一步加强了对啤酒业务板块的集中化管理,通过调整产品结构,继续加强对“黄河”和“青海湖”双品牌系列产品以及其他中高端产品的推广,采用差异化的产品包装等,应对啤酒板块业务的下滑。但事实是,留给区域啤酒品牌的机会已经差不多了,但就整个国内啤酒市

场而言,正如中泰证券分析师范劲松所描述的——“啤酒新成长周期已开启”。

而随着强势品牌提价的逐步兑现、产品结构走向以及竞争的国际化,在啤酒行业整体利润提升的同时,一些区域品牌将遭遇淘汰或雪藏的命运。

对于未来的自救路线,兰州黄河仍是确定了向中高端迈进的终端运营策略,其指出,在甘肃和青海两地启动“黄河”和“青海湖”双品牌发展战略,重塑“黄河”和“青海湖”两大品牌形象,加快推进产品结构调整和新产品研发进度,逐步增加中高档产品研发、供应和市场投入,理顺产品价格体系,增加市场投入,着力积极拓展线上销售渠道,推动销售渠道扁平化整合等。

但是,在品牌效应强化的今天,诸如兰州黄河等区域品牌推出的新品能否被市场快速接受,其能否有效借助场景化营销,博得年轻群体的青睐,仍是未知数。

世界杯期间,百威英博与苏宁易购合作,共同谋划了世界杯新玩法;7月24日,雪花与京东达成合作,双方将在品牌建设、产品打造、大数据智能服务、物流等多个方面进行深度合作。

未来,消费升级不仅将引导啤酒市场结构和产品结构转变的速度加快,而且将催生电商与强势啤酒品牌的新合作、新玩法,传统渠道与电商渠道的双重挤压,将给区域品牌带来巨大的竞争压力。

业内人士指出,未来,整个中高端啤酒市场将形成华润、百威英博、嘉士伯高端啤酒的“三国杀”,对中高端啤酒未来的品牌格局起着微妙的变化。而其他啤酒企业只能收缩战线,聚焦核心市场、核心渠道、核心门店,才能与之抗衡。

未来的渠道之争,又是一场恶战。



调整,“强者恒强,弱者恒弱”的马太效应明显,茅台、五粮液等名酒企业走出调整迎来新的辉煌,中小酒企的市场份额进一步压缩。在这种背景下,行业内提出了“小而美”是中小酒企当前生存与发展的重要路径”的观点,部分企业在“小而美”这一理念的指导下取得了成功。

要实现“小而美”的发展,方式各有不同,但是首先一定得找到自己的“美”,才能再利用各种机会,将其无限的放大。显然,神农架生态酒有限公司,找到了自己的美——独一无二的生态。随后,他们围绕“生态”通过各种方式来将这种“美”放大,推动了企业从湖北走到河南、广东……“撒野神农架”这个活动仅是其实现发展的方式之一。

据悉,“撒野神农架”自2017年推出以来,连续开展2期,每期都受到市场的热烈欢迎。因参与活动的人数有限,本次活动仅接受了来自湖北境内各区域的人员报名,外省的报名通道暂未开放。

未来神农架生态酒业有限公司还将围绕“生态”,针对不同人群,开展类似的活动,为这个品牌去“开疆拓土”。神农架生态酒业是否还会继续给公众带来更多的惊喜?让我们一起拭目以待。

彭州市华蓉陶瓷有限公司

专业设计生产:
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等,公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶,会交流传神的陶瓷摆件,使华蓉更有魅力。

厂长:刘德银
手机:13088090770
13281090770

电话:
028-83833818
83833828

QQ 号码:
814439265
1512026857

地址:
四川省彭州市桂花镇

济南瑞丰生物工程有限公司

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生态产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。

主要产品如下:
●白酒发酵微生态菌剂
●脱水活性窖泥功能菌
●根霉曲
●优质成品窖泥
●浓缩液体己酸菌
●浓缩液体产酒产香酵母菌
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂
●酯化红曲

企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢

总经理:陆泰勇
联系电话:13905416779
0531-87483989

邮编:250308
地址:山东省长清区张夏工业园区
E-mail:ruifengshengwu@163.com

您发财 我发展

华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产技术研究彭州实验厂的基础上,经25年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。

研究和开发的微生物系列产品有:
◆根霉酒曲
◆生料酒曲
◆纯根霉甜酒曲
◆固体麸皮活性生香干酵母
◆工业级纤维素酶
◆食品添加剂红曲米
◆酱油曲精

厂址:四川成都彭州经济开发区

联系人:罗忠
手机:13679061105
电话:028-837028146(办)
传真:028-83708978
邮编:611930
网址:www.mainone.com
E-mail:cdservice@mainone.com

酒品如人品

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有合义坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司
成都市合义坊酒业有限公司

公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园

董事长:宋一明
电话:028-8878439(传真)
手机:13908225762
13548108555

邮编:611530
网址:http://www.sczfjy.cn/
http://www.cdhyf.cn/

四川百年苏公老酒坊 全国招商

提供:
原生态清香、浓香、酱香白酒和养生酒、水果酒及贴牌代工业务。

财富热线:**4008842899**
加盟专线:**15881033359**